

# 事故情報の公表・活用に関する前回までの議論の整理

資料1

平成23年5月  
消費者委員会事務局

問題項目	消費者安全専門調査会で出された意見等
第1回	<ul style="list-style-type: none"> <li>・公表された情報が消費者のアクションに結びつかないと価値は半減。</li> <li>・事故情報の内容が、一般の消費者にわかるようなものにするべき。</li> <li>・子供向けにHPを作って、親や子どもに伝わりやすくするべき。</li> <li>・食中毒に関して消費者に対する注意喚起は不十分。</li> <li>・いろんなデータばかり出てきて、どれが一番重要かわからない。</li> <li>・ひと月に1つの事故でもいいので、徹底的な事例紹介をするべきではないか。</li>   <li>・事故が起こった後ではなく、本来は防止、予防が大切。これから買う人にリスクを伝えることができていない。</li> <li>・たとえば、車の違和感がある場合に、その情報を収集して、これを公表することは重要。</li>   <li>・セミプロ向けの専門的な分析がなされた情報が利用できるようにすることと、一般の消費者が関心のある情報を伝えることは分けて考える必要がある。また、センシティブに反応しなければいけない事例をセレクトする仕組みが必要。</li> <li>・公表する情報に2種類ある。一つは、共有財産として、いつでも見られる状態にしておくものと、もう一つは消費者の行動を変えるような公表があり、後者はセンセーショナルにしないと誰にも見えない。</li>   <li>・学校の事故情報は、事故情報データベースには入らないのか。</li> <li>・事故情報データベースの参画機関に消防庁が集めた情報などは含まれる予定はないのか。</li> <li>・事故情報データベースについて、事故情報の説明内容が短すぎでよくわからない。図面も写真も出ていない。</li> <li>・失敗知識データベース(JST)は参考になる。</li> <li>・自動車のリコールデータ、医療関係、労働災害のデータベースを見ても、原因が書いていないので、役に立たない。</li> <li>・データはインターネットに載せないと意味がない。紙ベースは見えないのと同じ。</li> </ul>

(第1、2、3、4、5、6回の意見は黒字、第7回の意見は青字)  
(消費者安全法→消安法、消費生活用製品安全法→製安法で表示)

問題項目	消費者安全専門調査会で出された意見等
第1回	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費生活センターに寄せられる情報を共有財産になるようにシステムを構築すべき。</li> <li>・センターに寄せられる相談情報は相談者のプライバシーの問題などセンシティブな問題が多々ある。公表が難しく、制度的な検討が必要。</li> </ul>
第2回	<ul style="list-style-type: none"> <li>・キッズデザインなど団体のアイデアや技術を消費者庁のサイトに掲載し、活用しては。</li> <li>・消費者が被害から逃れる最大の方法は誤使用を勉強することで、これをどう伝えていくかが大事。</li> </ul>
第3回	<ul style="list-style-type: none"> <li>・参考情報については、消費者から関連する情報が集まってくるのが大事。その点も念頭において、その活用のためにどういう範囲で、どこまでのものを公表していくかということを詰めるべき。</li> </ul>
第4回(自動車リコール制度に関する消費者委員会の建議について)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者から役所に集まってきた不具合の情報をそのまま生で公表した方がそれを利用するメーカーの対応も早くなる。</li> <li>・できるだけ消費者に向けて情報を生に近い形で伝えることによって、事故の未然防止にもなるし、注意喚起として徹底できるのでは。</li> <li>・リスク情報を誰がどう使うかわからないと収集、編集の過程で大事な事故が削られてしまう。</li> <li>・情報を集める人、情報を手渡す人、それを公表する人に、制度の目的がきちんと理解されていないと的確な対応ができない。</li> </ul>

問題項目	消費者安全専門調査会で出された意見等
第5回(言語処理による情報検索(連想検索)について)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・データベースというか検索システムをある程度オープンにするときには、使い方、評価能力の問題が付いて回ることを公表し、出てきたものに疑義があったら必ず問い合わせてくださいというシステムを付けておかないとうまく回らないと思う。</li> <li>・利用者によって、必要な情報や使い方は異なってくる。相談センターの方が消費者から相談を受けたときにどんな指示を出せば一番消費者に安心してもらえるか、メーカーはそれを見てどういうふうに行動をとらなければならないのか、消費者庁は、メーカーがきちっと動かないときに、行政として指示が必要になってくることもあり得るような気がする。</li> <li>・事故情報データベースは消費者にいち早く事故情報を伝えること、あるいは消費者がどんな事故情報を確認したいか、例えば、今ある商品を購入しようとしているときに、その購入商品が過去にどういう事故例があるかということを知りたいときに使うような使い方がいい。</li> <li>・相談を受けた人とか、被害を受けた人が何かこれに近いものがあるかと調べることに使えるといい。</li> <li>・消費者は自分が事故に遭ったとき、あるいはヒヤリハットという状態に陥ったときに、同種の事故がないかを見たいという気持ちになる。そのときにデータベースを検索し、事故例やその分析、メーカーの対応を知ることができれば、自分の情報もちゃんと通知しようとなる。こういう消費者自身の行動を引き出すことができ、情報の集積にもつながる。</li> <li>・一般の家庭の方とかでも、本当はうちでもこんなことがありましたというような普段だと言えないけれども、ここだったら書けるみたいな情報も入っていたりするとい。</li> </ul>
第6回(R-Map分析手法(注1)を用いた製品事故のリスクアセスメントについて)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・R-Mapを消費者への注意喚起とか情報提供に使うことは考えられないか。</li> </ul>

(注1) 調査分析の効率化の観点から、限られた職員や機器のリソースを活用するため、「R-map手法」によって、各案件をリスクの高いものから低いものまでクラス分け(リスク評価)し、リスクの高いものを優先して分析したり、すぐに調査の済むリスクの低いものを優先したり、整理、調整する過程で活用される。R-Map分析手法を情報解析の一つの手法として、第6回消費者安全専門調査会でNITEより紹介。

問題項目	消費者安全専門調査会で出された意見等
<p>第7回(事故情報の公表について)</p> <p>○ 情報をどのように届けるか</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・子どもについての情報発信をメールを使って別枠で設定しているというのは結構なこと。高齢者についても別枠が必要ではないか。</li> <li>・情報の発信の仕方は、アクティブな発信の方法とパッシブな発信の方法があると思うが、公表だけだと、普通の消費者にとってはパッシブな発信なので、何らかの方法でアクティブに行動を起こすという発信の仕方が非常に重要と思う。そういう意味で「子供安心メール」は非常に良い試み。</li> <li>・子ども向け、親向けのサイトで情報を流しているのはとてもいいこと。ただ、親も子どもとともによく育ってしまうので、想像以上にこまめにフォローしてあげないといけない。例えば赤ちゃんができたら、母子手帳とか関心のある人だけが見るのではなくて、全員がこれは見なさいよという感じの入口を用意するとか、絶えずやっていく必要がある。</li> <li>・何か事故があった時に消費者は、消費者庁よりも事故があった会社のホームページを見る。ホームページで、こういうところが不具合ですよというのがとてもわかりやすく載せている企業も多いので、そういったことを今後、企業に課していくというのも必要ではないか。</li> <li>・製品事故、重大事故が起きた場合には、当該企業のホームページ上である一定期間、必ず注意喚起のページをつくらなければいけないというような法的なものが必要ではないか。</li> <li>・ホームページや記者公表ではなかなか情報の伝わらない人に向けて、消費生活センターに対し注意喚起を行うよう要請するというのは良いが、その数はまだ少ない。</li> <li>・一般の方に公表される情報とともに、消費者に絶対これだけは伝えたいという情報は分けて消費者センターに情報提供いただきたい。そうすれば消費者からの相談に的確に対応できる。また情報をいただくタイミングは、報道発表されると同時、あるいは直前をお願いしたい。</li> <li>・対象の人にちゃんと情報が届くかどうか、その届いた情報をちゃんと解釈しているかどうかということが再発防止の行動につながる。ホームページだけの情報公開は、情報格差・アクセスできない人がいるので難しい。解釈するという点に関して、ただ生の情報だけでなく、それをまとめて、消費者が理解できるサポートを考えていただきたい。</li> <li>・国民生活センターから発信される注意喚起はとても分かりやすい。消費者庁の注意喚起と、国民生活センターからの注意喚起が連動しながら効果を発揮していければいいと思う。</li> <li>・注意喚起情報として、国民生活センターが継続して出している「くらしの危険」というリーフレットが一般消費者向けに非常にわかりやすい。しかし、消費生活センターには届いているが、一般の方の手元には届かないと思う。こういう注意情報をもっと末端隅々まで届けられるようになるといいと思う。</li> <li>・誰にどういうふうに情報を届けるかについて一度整理をしていただきたい。官庁の場合、例えば、業界団体を使って企業にお願いをするというやり方や、学校の教育現場から子どもたちに注意喚起をしてもらうような、企業や一般団体とは違う情報のルートがあると思う。消費者庁だけではなくて、全省庁のルートを使ったら、どんなふうに流せますというのを、もう一度御検討いただきたい。</li> </ul>

問題項目	消費者安全専門調査会で出された意見等
<p>第7回(事故情報の公表について)</p> <p>○ 情報を役に立つものにする工夫</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・定期公表を見る人に対して、メリハリをつけて、注目してもらう工夫が必要。何らかの被害があった人に対して同じようなタイプのケースがありますよということは、何らかの工夫でできないものか。</li> <li>・公表の際に画像であるとか、イラスト・絵柄で見せるというのは非常に有効。</li> <li>・事故情報の公表は公表することが目的ではなくて、消費者、あるいは使用者の安全確保、発生・拡大防止が目的。そうした場合に、公表のところで、事故内容だけでなく、その後に使用者、消費者が気をつけることまで踏み込むべき。</li> <li>・消費者庁ができてから、誤使用ということで捨てていたものを全部上げてチェックして、今回の注意喚起のところでも、かなりステューピッドなところだけでも、これは直してくださいよということを出しているのが多くなったのではないかと思う。</li> <li>・消費生活センターに寄せられてくる、ちょっとおかしい、重大事故につながるかもしれないという情報はまだ分析されていない、活用されていないと思う。国民生活センターが解析して注意喚起につなげていると聞いているが、その体制をどうやって強化していくかということが課題になってくるのではないか。</li> <li>・注意喚起等の対応を考えるにあたって、どこに重点を置いていくのか。これを絞り込む能力が問われている。</li> </ul>
<p>○ 情報の共有と情報の活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・公表する情報は、1つは、客観的にどういう事故があったかというような事実の問題と、評価とか、何を注意したらいいのかという、指導・アドバイスの部分の大きく2つに分けられる。2つ目の注意喚起について、受け手の立場でどう気を付ければいいのかやり方を見直してほしい。事故の原因が究明できない場合であっても、まずこれに気を付けていてください、そして追加の情報がわかったら、すぐに公表しますというふうにやっていただくのが一番よろしいかと思う。</li> <li>・「1. 事故情報の公表等」という段階と「2. 事故情報の活用」の段階で情報の出し方は異なる。まず1で情報を共有して、事業者や関係行政庁、社会の中の様々な人がそれぞれやることをやらせよう。関心のある人は見て下さいということ。それでも動かない時は、2で最終的に消費者庁が補うというふうになりソースを分散していく視点が重要。</li> <li>・「1. 事故情報の公表等」で情報共有を図ることと「2. 事故情報の活用」で消費者庁としてどう対応するかということは、仕分けしていくべきではないか。</li> <li>・情報共有と事故情報への対応は分けて考える必要があるが、両社は密接に関係しており、ものによっては対応の仕方が違うものも出てくると思う。誰を対象にやっているのか整理して、情報をうまく活用できるようにしてほしい。</li> </ul>

問題項目	消費者安全専門調査会で出された意見等
<p>第7回(事故情報の公表について)</p> <p>○ 製品起因に関して</p>	<p>・公表に際して、製品起因という、従来、産業界に製品改善を求めるかどうかという視点から決められていたキーワードというか、基準を、消費者バージョンで、消費者目線での新しいまとめ方を早くつくる必要があるのではないか。消費者を保護するという視点からいったら、真の原因究明までいなくても、危ないものは危ない、危なくないものにしてくれと、この目線で整理するようなものを是非考えてもらいたいと思う。</p> <p>・どういふものを公表するかについて、明らかに製品起因ではないと言えるものもあって、そういうものは公表対象から除外してもいい。</p>
<p>○ その他</p>	<p>・本来、リコールすべき事故の事案で、事業者が倒産している場合はだれも消費者に呼びかける人がいない。普通以上に注意してくださいということを消費者庁として強調して公表するべきである。</p> <p>・消費者被害の未然防止とか拡大防止というのは、この公表だけで本当にいいのかどうか。全国ベースの情報がこの中に入っているのか。取られた措置の中でもダブリがあるのか、ないのか。どこが欠けていて、どこが埋まっているのかももう少し論理的に、合理的に説明するような資料をつくっていただきたい。全国ベースのことがまだわからないように思う。</p> <p>・昨年11月に経産省はEUと同じニューアプローチ方式を採用することを検討しているが、それによれば、法律は包括的に安全であることを要求するだけで、安全対策などの具体的な規定については、JIS規格に任せることになる。</p> <p>・ヨーロッパの場合はスタンダードをつくって、ヨーロッパ圏外からの安全性の劣るものを防がなければいけないという意思をはっきり持ってやっている。これから理想的な方法として、スタンダードづくりを経済産業省に強く言って、こういう失敗事例がいっぱいあるんだから、このスタンダードを2年以内につくれとかいう命令ができるようにしたら、うまく回っていくのではないかと。スタンダードをつくるということを次の日本の行き方にすべきではないかと思う。</p>